

インナー大会プレゼン部門 2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報に記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) ニホン	フリガナ) ショウガク	フリガナ) カワノカツリ
日本大学	商学部	川野克典ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 動画 (有・無)
フリガナ) エーチーム	フリガナ) イナザワリュウキ	5	無
A チーム	稲澤隆輝		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール (具体的に使用するツールを明記してください)

PowerPoint、レーザーポインターforpc、アンケート、プレスリリース、調査報告書

研究テーマ (発表タイトル)

全国の高校生の実態調査 ～見えてきた「食」の現状～

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要 (目的・狙いなど)

現在、日本には「食」に関する様々な問題が存在する。しかし、私たちを含め若者は、テレビやインターネット、SNS 等で言葉として認識しているが、問題としては認識していないのではないかと考えた。若者が「食」に対しどのような関心、問題意識を持っているのかを明らかにするためアンケート調査を実施し研究を行った。

2. 研究テーマの現状分析 (歴史的背景、マーケット環境など)

私たちが暮らす日本には様々な農業問題が存在する。農業人口の減少や農業従事者の高齢化、後継者不足、食料自給率の低下、耕作放棄地の増加などが挙げられる。これらの問題に対し大学生である私たちですら理解が足らず、知識不足を痛感した。

近い将来、学生たちが社会人となり日本の農業問題への知識不足や「食」に関する関心が薄れ、現在日本が抱える問題への解決策や新たな施策を立てることも困難になると考えられる。

以上の考察から私たちは下記の仮説を立てた。

1. 国産＝安全という認識が失われつつあり、国産＝高価格という認識が先行している

2. 若者は質よりも価格や見た目を重視する傾向にある
3. 食に関する事件(中国製冷凍餃子事件、マクドナルドの使用期限切れ食肉使用事件等)が起きた企業、生産者に対し時間の経過とともに関心が薄れていく

これらの仮説をもとにアンケートを作成し全国へ発送した。

3. 研究テーマの課題

アンケートを発送するにあたり2つの課題が挙げられる。

1. アンケート回収率が統計的優位数である385部以上の回収が見込めるか否か
2. 高校(農業高校等)によって「食」への知識の差が乖離してしまうこと
3. 高校生の「食」に対する知識が乏しいと考え回収できたアンケートの信憑性

4. 課題解決策(新たなビジネスモデル・理論など)

前項の課題点の解決策として以下の方法をとる。

1. 各高校の在校生を調べ、最適部数の発送。発送後の各高校への電話による依頼
2. 対象高校を普通科に設定
3. アンケート内容を簡潔にし、常識として最低限知っておかなければいけないレベルの設問とした

5. 研究・活動内容(アンケート調査、商品開発など)

アンケート設計にあたり、上記で述べた3つの仮説を軸に質問項目を考えた。現在の高校3年生が「食」にどのような関心を持っているのか、基本的な日本の農業問題など全36項目のアンケートを完成させた。さらに、発送にあたり普通科高校と農業高校とでは「食」への知識に差が出てしまうと考え、普通科に限定した高校約3700校から統計的優位数に達するため100校に7381部のアンケートを発送した。アンケート対象者として、これから大学進学や社会人への一手手前の高校3年生とした。発送後には、各高校に電話依頼を行い、回収率の向上を図った。その結果、38校、2085名(28.2%)からの回答が得られた。



6. 結果や今後の取り組み

回収したアンケートの集計、分析を行った。その結果、高校生の「食」に対する関心や知識が見えてきた。

高校生が「食」に対し1番興味あるのが「価格」(57.5%)であった。次いで「味」(56.7%)が続いた。つまり、安くて美味しいものに関心があることが分かる。しかし、安くて美味しい「旬」に関心を持つ者は5.4%と著しく低い結果となった。このことから、高校生が食に対する知識が不足していることが分かった。

さらに、簡単な日本の農業問題(食料自給率、小麦の自給率、農業従事者の平均年齢)を質問したところ全問正解は3.94%と日本の農業問題に関する知識不足が浮き彫りとなった。また、都市部と地方、学力などで農業問題に対するクロス分析を行った。都市部と地方では、地方のほうが農業に身近になると考え、都市部と地方とでクロス分析を行った。同様に学力による差も出るのではないかと考えた。クロス分析の結果、都市部と地方の高校生での差は6.3%ほどの違いしか見られなかった。しかし、学力では大きな差が見られた。全問正解のうち75.5%が偏差値50以上と学力による理解度の差が顕著となった。

高校生の食事に関して1番影響を及ぼしているのは「母親」で全体の64.4%でした。次いで「父親」(29.6%)

「学校給食」(17.0%)となった。

これらの結果から、高校3年生は日本の農業問題への理解や「食」に対する関心が著しく低いことが明らかとなった。日本の伝統的食文化である「旬」が姿を消していくなど、日本の農業は衰退の一途をたどることが懸念される。若者によって日本の農業の衰退に歯止めをかけることは期待できず、学校教育の拡充など新たな施策を講じることが望まれる。

7. 参考文献

川野克典(2016)「管理会計の理論と実務 第二版」中央経済社。

農林中央金庫(2017)「第3回現代高校生の食生活、意識と実態調査」。

JA全中(2017)「ファクトブック」。

JA全中(2017)「世界と日本の食料・農業・農村に関するファクトブック」。

農林中央金庫～第3回現代高校生の食生活、意識と実態調査～

[<https://www.nochubank.or.jp/efforts/research.html>]

JA全中 夏野菜ご三家は、トマト、キュウリ、ナス

[<http://www.zenchu-ja.or.jp/wp-content/uploads/2017/07/up743.pdf>]

成果を出す！アンケート作成業務に必須の7つのポイント

[<https://www.synergy-marketing.co.jp/blog/enquete-created-seven-point-making-section>]

Survey Monkey

[<https://jp.surveymonkey.com/>]

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、インナー大会・東京経済大学大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経BPマーケティング社様に作製していただく大会結果HPに本企画シートは掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡します。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の(過去に他誌・HPなどに発表されていない)ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ ここまでを4ページ以内におさめて、提出してください